

*студент Жолудєва А.М., керівник Ілляшенко Н.С.*

## **МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕЛЕМЕНТІВ МІКРОСЕРЕДОВИЩА ДЛЯ ФОРМУВАННЯ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ MAGIC FLOWERS**

На сьогоднішній день в нашій державі почав поширюватися та розвиватися такий вид послуг, як доставка квітів та подарунків за допомогою спеціально створених служб. У місті Суми з 2010 існує тільки одна фірма, яка займається наданням такого роду послуги (Magic Flowers).

Почавши свою діяльність, Magic Flowers зіткнулася з низкою проблем, які не дозволяють їй набувати популярності серед мешканців нашого міста та отримувати прибуток:

1. Відсутність готовності мешканців Сум до такої нової для них послуги – доставка квітів кур'єром.
2. Відсутність замовлень через небажання платити певну суму за те, що люди звикли робити самостійно – доставку квітів.
3. Низький рівень поінформованості населення міста щодо існування такого виду послуги взагалі.

Отже, метою роботи є проведення маркетингового дослідження мотивів поведінки потенційних споживачів та аналіз попиту на послугу з доставки квітів, ознайомлення з діяльністю аналогічних служб по Україні, вивчення специфіки, ефективності каналів реклами в міста Суми та розробка рекомендацій щодо створення ефективного комплексу маркетингу для просування даної послуги в місті.

Об'єктами дослідження є: служба доставки квітів Magic Flowers, служби доставки квітів в Україні та світі, споживачі квітів, потенційні споживачі Magic Flowers, рекламні агентства м. Суми, їх послуги та розцінки.

В роботі розкрито сутність поняття «маркетингові дослідження», визначено їх основні цілі, функції, суб'єкти та об'єкти, проаналізовано

послідовність проведення досліджень та розкрито зміст та доцільність використання обраних методів маркетингових досліджень.

В роботі представлено результати проведених досліджень, а саме:

1. Контент-аналізу для з'ясування ступеня та характеру поінформованості споживачів про квіти та послугу доставки квітів в м. Суми. Встановлено, що на сьогоднішній день в Інтернеті не існує інформації про сумську службу з доставки квітів і подарунків, як регіонального представника служби доставки в Україні та прямого постачальника даного виду послуги в місті.

2. Бенчмаркінгу для збору та аналізу інформації про лідерів на ринку послуг з доставки квітів. На основі порівняння вже існуючих характеристик Magic Flowers з характеристиками лідерів розроблені напрямки вдосконалення діяльності Magic Flowers.

3. Опитування мешканців Сум методом експрес анкетування з метою дослідження попиту на квіти. За результатами встановлено, що орієнтований ціновий сегмент для Magic Flowers – це надання послуг на суму від 100 до 200 грн., основні цільові споживачі послуги – службовці, а основними конкурентами виступають такі ринки, як Центральний, СКД та 10 мкрн.

4. Спостереження за поведінкою споживачів квітів в момент покупки. Виявлено, що найбільш поширеними елементами оформлення букетів є: озеленення, різнокольорові стрічки, прозорі та напівпрозорі целофани та різні види флористичної сітки.

5. Фокус-групи цільових споживачів та аналізу рекламних агентств міста. За результатами розроблено рекомендації щодо розміщення, формулювання та оформлення ефективного рекламного повідомлення для кожного з відібраних каналів реклами.

За результатами проведених досліджень були виявлені цільова аудиторія служби та його основні конкуренти. Конкретизовано та вдосконалено товарну політику, сформовано цінову та розроблено рекомендації щодо комунікаційної політики для Magic Flowers.